

冬游日照,还没玩出创意

专家支招:重在策划,冬季会展商务可破题

本报记者 杨淑君



近日,记者走访日照的旅游景点,发现虽然游客稀少,但很多景区都在想方设法突破旅游淡季瓶颈。山东大学旅游管理系教授王德刚认为,冬季旅游首先需要项目作为载体,而开发项目关键是要注重策划和创意。

瓶颈: “冬游冷”30年未彻底解决

谈起冬季旅游,山东大学旅游管理系教授王德刚说,冬季的气候、温度是很难克服的障碍,所以不单是日照,我国北方很多城市在发展冬季旅游方面都没有特别突出的优势。“冬天这么冷,在室外站都站不住,旅游本身就有一种局限。”他说,中国旅游业经过了30年的发展,一直没能彻底解决这个问题,只能通过旅游产品开发,让淡季不至于太

淡。回顾以往,自2006年开始,山东省就着力打破往年冬季旅游业不景气的状况,除济南南部山区建设滑雪场外,青岛、潍坊、淄博、德州、聊城等市也纷纷建立冬季游乐设施。我省旅游主管部门也在淡季频频出击,2009年,省旅游局联合各市旅游部门重磅推出“首届好客山东贺年会”,今年也如火如荼地进行到了第二届。

破题: 冬季项目开发要注重策划

日照既具有海滨城市的共性:生态、自然、山海城一体,又有自己的特色。可是,日照冬季游为何这么冷?王德刚教授说,日照目前的旅游产品都是资源转化型的,比如日照有一片海,开发海边沙滩浴场,再建一些配套设施,这就是景区了;再比如有一棵几千年的古树,就宣传福寿文化了。这种开发仅

仅是简单的资源转化,而适应现代旅游业发展新趋势、新市场的旅游项目,是需要策划和创新的
“突破冬游冷,首先要开发冬季旅游项目,关键是开发策划、创新型的项目。”王德刚教授说,要想真正解决这一问题,需要请一批专家专门研究,根据日照特点、资源等做出整体规划和产品策划。



日照游泳馆以“阳光、海浪、沙滩、珍宝”为主要设计元素,2010年8月建成,可以举办所有水上比赛项目。(资料片)

支招:开发冬季会展商务市场

王德刚教授认为,目前日照有不少旅游度假村,具备承接大型会议的条件,所以开发冬季会展商务市场是最成熟的。这需要政府部门下大力,与有会议需求的机构取得联系,努力争取承接一些政府部门会议、学术会议甚至是国际会议,以及

一些展会的机会。
此外,日照也可以开发一些室内休闲、娱乐、养生的项目。“还可以以绿茶为文化主题,开发一些和茶相关的茶艺、品茶等休闲养生项目。”王德刚教授说,这会对外地游客有很大的吸引力。

王德刚认为,旅游项目策划好了,才可以针对客源市场宣传推介。“全省都可以作为日照的基础客源市场。”王德刚说,因为“文化有联系,地缘很接近,交通又便利”,所以周边省份也可以作为日照重点突破的客源市场。

专家介绍

王德刚,山东蓬莱人。现任山东大学旅游管理系教授,系主任,研究生导师。兼任美国南卡罗来纳大学国际旅游研究中心研究员,世界旅游组织旅游项目规划专家,国家林业局中国森林资源评价委员会委员,中国旅游协会理事,教育分会常务理事,山东省旅游专家委员会委员,济南市政府城市规划专家组成员。

主要研究方向:旅游学基础理论、旅游项目策划、旅游景观规划、生态旅游规划、旅游度假地规划等。出版相关专业著作15部,在国内外核心期刊发表中、英文学术论文100余篇。内容涉及城市旅游与景观规划、历史街区保护与开发利用、城市发展与社区利益等领域,其中在社区利益方面的研究成果具有国际前沿水平。